

**CITRA DIRI ANIES BASWEDAN MELALUI AKUN INSTAGRAM
@ANIESBASWEDAN TERHADAP *FOLLOWER* PADA KAMPANYE
PUTARAN PERTAMA PILKADA DKI JAKARTA 2017**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Sosiologi

Disusun Oleh :
Hanafi Rochman
NIM : 13720004

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2017

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Hanafi Rochman

NIM : 13720004

Program Studi : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, agar dapat diketahui oleh anggota dosen penguji.

Yogyakarta, 8 November 2017

Yang bersangkutan,



Hanafi Rochman

NIM. 13720004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Kepada :
Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberi petunjuk serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Hanafi Rochman

NIM : 13720004

Prodi : Sosiologi

Judul : “Citra Diri Anies Baswedan melalui Akun Instagram @Aniesbaswedan terhadap *Follower* pada Kampanye Putaran Pertama Pilkada DKI Jakarta 2017”

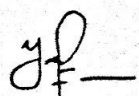
Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu sosial.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak/Ibu diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 8 November 2017


Dr. Muryanti, M.A.

NIP. 198008292009012005



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-443/Un.02/DSH/PP.00.9/12/2017

Tugas Akhir dengan judul : CITRA DIRI ANIES BASWEDAN MELALUI AKUN INSTAGRAM
@ANIESBASWEDAN TERHADAP FOLLOWER PADA KAMPANYE PUTARAN
PERTAMA PILKADA DKI JAKARTA 2017

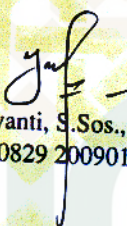
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HANAFI ROCHMAN
Nomor Induk Mahasiswa : 13720004
Telah diujikan pada : Jumat, 17 November 2017
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

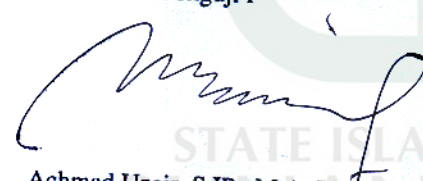
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

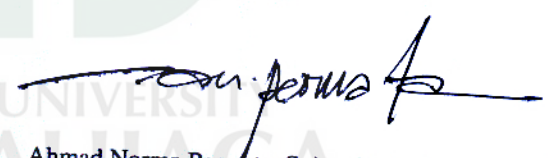
Ketua Sidang


Dr. Muryanti, S.Sos., M.A
NIP. 19800829 200901 2 005

Penguji I


Achmad Uzair, S.IP., M.A, Ph.D.
NIP. 19780315 201101 1 002

Penguji II

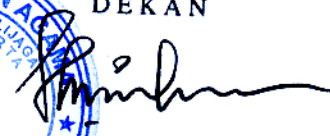

Ahmad Norma Permata, S.Ag., M.A., Ph.D.
NIP. 19711207 200901 1 003

Yogyakarta, 17 November 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN




Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

Sebuah Persembahan

Untuk

Almameterku yang kucintai Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan

Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



MOTTO

Doing something, doing creative.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmatNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.


Penyusunan skripsi ini merupakan kajian tentang **“Citra Diri Anies Baswedan melalui Akun Instagram @Aniesbaswedan terhadap *Follower* pada Kampanye Putaran Pertama Pilkada DKI Jakarta 2017.”** Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Selesaiannya skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan rahmat-Nya sampai saat ini,
2. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
3. Bapak Achmad Zainal Arifin, M.A., Ph.d selaku Dosen Penasehat Akademik sekaligus Ketua Prodi Sosiologi,
4. Ibu Dr. Muryanti, M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih atas segala bimbingan, arahan, koreksi, kritik dan saran hingga skripsi ini dapat terselesaikan,

5. Segenap Dosen Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, atas ilmu yang telah diberikan,
 6. Kedua orang tua, Ibu Suminah dan Bapak Sofyani yang telah memberikan dukungan, cinta dan kasih sayang yang tak terhingga,
 7. Saudaraku, Muh. Rizki Rizaldy yang selalu memberikan semangat,
 8. Erika Dwi Fatmawati yang selalu memberikan semangat,
 9. Teman-teman Sosiologi Angkatan 2013, yang selalu berjuang bersama,
 10. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,
 11. Keluarga 724, Angga, Sholah, Toni, Romli, Fajar, Dias dan Senja,
 12. KKN Kelompok 64, Herna, Izza, Arlinda, Jafar, Wiwik, Lusi, Fatma, Indra dan Irwan,
 13. Semua pihak yang ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu,
- Kepada semua pihak semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat-Nya, Aamiin.

Yogyakarta, 28 Februari 2017

Penyusun,



Hanafi Rochman

NIM. 13720004

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka.....	10
F. Landasan Teori	16
G. Metode Penelitian	19
H. Kerangka Berfikir	23
I. Sistematika Pembahasan.....	23
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Biografi Anies Rasyid Baswedan	25
B. Instagram	35
1. Pengertian Instagram	35
2. Sejarah Instagram	36
3. Fitur-Fitur Instagram	39
BAB III MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN CITRA DIRI	
A. Media Sosial Instagram sebagai Media Citra Diri.....	46
B. Citra Diri Anies Baswedan di Media Sosial Instagram	49
a. Agamis.....	51
b. Nasionalisme	67

BAB IV CITRA DIRI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

A. Analisis Semiotik Citra Diri Anies Baswedan di Instagram	88
a. Anies Baswedan sebagai Pribadi Agamis	89
b. Anies Baswedan sebagai Pribadi Yang Nasionalis	92
B. Anies Baswedan sebagai Pribadi Nasionalis dan Agamis	94
C. Integrasi-Interkoneksi Citra Diri Anies Baswedan dalam Agama Islam.....	97

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	101
B. Rekomendasi.....	102

LAMPIRAN.....	103
----------------------	------------

DAFTAR PUSTAKA	109
-----------------------------	------------



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. 1 Posisi Penelitian.....	15
Bagan 1. 2 Segitiga Semiotik Charles Sanders Pierce	17
Bagan 1. 3 Skema Kerangka Konseptual Pemikiran	23



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Anies Rasyid Baswedan	25
Gambar 2. 2 Logo Instagram	36
Gambar 3 <i>Capture</i> 1.....	55
Gambar 3 <i>Capture</i> 2.....	56
Gambar 3 <i>Capture</i> 3.....	59
Gambar 3 <i>Capture</i> 4.....	61
Gambar 3 <i>Capture</i> 5.....	63
Gambar 3 <i>Capture</i> 6.....	64
Gambar 3 <i>Capture</i> 7.....	69
Gambar 3 <i>Capture</i> 8.....	71
Gambar 3 <i>Capture</i> 9.....	74
Gambar 3 <i>Capture</i> 10.....	75
Gambar 3 <i>Capture</i> 11.....	77
Gambar 3 <i>Capture</i> 12.....	79
Gambar 3 <i>Capture</i> 13.....	81
Gambar 3 <i>Capture</i> 14.....	82
Gambar 3 <i>Capture</i> 15.....	84
Gambar 3 <i>Capture</i> 16.....	85
Gambar 4 <i>Capture</i> 1.....	89
Gambar 4 <i>Capture</i> 2.....	92

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Munculnya media sosial memberikan kemudahan bagi siapapun untuk saling terkoneksi tanpa harus dibatasi oleh ruang dan waktu. Media sosial dalam perjalanannya tidak hanya dijadikan sebagai media komunikasi saja. Seperti halnya yang dilakukan oleh salah satu calon Gubernur DKI Jakarta 2017 yaitu Anies Baswedan. Anies Baswedan dalam menggunakan media sosial tidak hanya digunakan menjadi media komunikasi atau berinteraksi dengan masyarakat, namun juga dimanfaatkan sebagai media citra diri terhadap *follower* akun Instagram-nya. Hal itu dilakukan dengan cara menampilkan konten-konten yang berkaitan dengan kegiatan keseharian dan kegiatan saat ia berkampanye di masyarakat.

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui tahapan-tahapan citra diri Anies Baswedan melalui akun Instagram *@aniesbaswedan* terhadap *follower* pada kampanye putaran pertama Pilkada DKI Jakarta 2017. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian studi pustaka dengan menggunakan metode analisis semiotik. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berhubungan dengan teks, seperti unggahan foto, komentar di akun Instagram *@aniesbaswedan* dan juga beberapa literatur. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori semiotika Charles Sander Pierce.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Anies Baswedan mengkonstruksi dirinya menjadi dua kategori dalam unggahannya di Instagram, *pertama* sebagai pribadi yang agamis dan *kedua* sebagai pribadi yang nasionalis. Hal itu diperkuat juga melalui komentar yang masuk dari *follower*-nya. Kemeja putih dan peci hitam menjadi tanda bagi dirinya, dimana dua tanda tersebut dapat dimaknai sebagai berikut; kemeja putih dapat diartikan sebagai kesucian dan kebersihan. Adanya hal itu, warna putih dapat dimaknai bahwa pemakainya sebagai pribadi yang suci dan taat beragama. Peci hitam pertama kali dipopulerkan oleh Bung Karno, peci hitam merupakan simbol kebangsaan. Di era simbolis saat ini, selain digunakan untuk ibadah, peci hitam juga menjadi simbol pemimpin-pemimpin di Indonesia, dengan kata lain mereka ingin memperlihatkan bahwa mereka merupakan pemimpin yang memiliki kepribadian baik, bersih dan cinta tanah air.

Kata kunci : Citra Diri, Pilkada, Instagram, *Follower*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Anies Baswedan merupakan salah satu calon Gubernur pada Pilkada DKI Jakarta 2017, ia diusung koalisi Partai Gerindra dan Partai Keadilan Sejahtera (PKS).¹ Anies Baswedan sebagai seorang tokoh nasional dan calon Gubernur DKI Jakarta, ia juga memiliki dan menggunakan beberapa akun media sosial. Beberapa akun media sosial yang ia miliki diantaranya Facebook, Twitter dan Instagram. Ketiga akun tersebut memiliki *ID Name* sebagai berikut; akun Facebook yang berbentuk *fan page* atau halaman Facebook dengan nama “Anies Baswedan”,² akun Twitter dengan *ID Name* @aniesbaswedan³ dan Instagram dengan *ID Name* @aniesbaswedan.⁴

Munculnya media sosial memberikan kemudahan bagi siapapun untuk saling terkoneksi tanpa harus dibatasi oleh ruang dan waktu.⁵ Hal itu disebabkan karena media sosial memiliki beberapa karakteristik yang dapat dimanfaatkan oleh para penggunanya. Adapun beberapa karakteristik yang dimiliki oleh media sosial tersebut yaitu sebagai jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial dan konten oleh

¹<https://metro.sindonews.com/read/1141686/171/koalisi-gerindra-pks-usung-anies-baswedan-sandiaga-uno-1474617040> diakses pada tanggal 14 Maret 2017 pukul 00.54 WIB.

²https://web.facebook.com/aniesbaswedan/?_rdr diakses pada tanggal 21 Maret 2017 pukul 11.25 WIB.

³<https://twitter.com/aniesbaswedan> diakses pada tanggal 21 Maret 2017 pukul 11.26 WIB.

⁴<https://www.instagram.com/aniesbaswedan/?hl=en> diakses pada tanggal 21 Maret 2017 pukul 11.34 WIB.

⁵Rulli Nasrullah, "Cyber Media," (Yogyakarta: IDEA Press, 2013). hlm. 89

pengguna.⁶ Karakteristik-karakteristik media sosial tersebut dapat digunakan oleh penggunanya dalam beberapa aspek kehidupan, seperti jurnanisme, hubungan masyarakat, pemasaran maupun politik. Pemanfaatan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, menjadikan khalayak bukan lagi hanya menjadi objek yang terpapar oleh informasi, namun khalayak juga dapat memproduksi konten yang dapat dikonsumsi oleh orang lain.⁷ Melalui akun media sosial yang ia miliki, Anies Baswedan dapat membuat konten yang dapat dilihat dan dikonsumsi oleh para pengikut atau *follower*-nya di media sosial Instagram.

Anies Baswedan dalam menggunakan akun media sosial tidak hanya dijadikan sebagai alat komunikasi, namun juga ia memanfaatkan dalam berbagai bidang kehidupan. Salah satu akun media sosial Anies Baswedan yang sering digunakan ialah Instagram. Anies Baswedan mulai menggunakan Instagram pertama kali pada tahun 2013, ia mengunggah foto pertama kali pada tanggal 11 september 2013. Keintensitasan Anies Baswedan dalam mengunggah foto di Instagram mengalami peningkatan saat ia mencalonkan diri menjadi Gubernur DKI Jakarta 2017, dimana sebelum ia mencalonkan diri menjadi Gubernur DKI Jakarta 2017 ia mengunggah foto dalam satu sampai lima hari sekali. Perubahan pun terlihat saat ia mencalonkan diri menjadi Gubernur DKI Jakarta 2017, dimana keintensitasan Anies Baswedan dalam mengunggah foto di Instagram mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Terlihat dalam

⁶"Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya Dan Sosioteknologi," Bandung: Simbiosis Rekatama Media (2015). hlm. 15

⁷*Ibid.* hlm. 31

unggahannya di Instagram, ia dalam sehari mampu mengunggah foto sebanyak satu sampai tiga postingan dalam sehari.

Anies Baswedan selama masa kampanye putaran pertama Pilkada DKI Jakarta 2017, ia sangat intens dalam menggunakan akun Instagram pribadinya, hal itu dapat dibuktikan dengan jumlah postingan atau konten yang ia unggah di Instagram mencapai angka 260 postingan, postingan tersebut ia unggah dalam kurun waktu 28 Oktober 2016 sampai 11 Februari 2017.⁸ Keintensitasan Anies Baswedan dalam menggunakan akun media sosial Instagram sebagai media kampanye, ternyata lebih unggul dari dua calon Gubernur DKI Jakarta yang lain. Hal itu dapat dibuktikan dengan jumlah postingan dua calon lainnya, yaitu calon nomor urut 2 Basuki Thaja Purnana (Ahok) dengan akun *@basukibtp*, dalam kurun waktu 28 Oktober 2016 sampai 11 Februari 2017, Ahok hanya mengunggah postingan sebanyak 54 konten,⁹ sedangkan calon dengan nomor urut 1, Agus Harimurti Yudhoyono dengan akun *@agusyudhoyono*, dalam kurun waktu 28 Oktober 2016 sampai 11 Februari 2017, Agus hanya mengunggah postingan sebanyak 21 konten.¹⁰ Berdasarkan dari data tersebut, menunjukkan bahwa dari ketiga calon Gubernur DKI Jakarta 2017, yang paling intens dalam menggunakan media sosial Instagram

⁸ www.instagram.com/aniesbaswedan diakses pada tanggal 16 April 2017 pukul 14.20 WIB.

⁹ <http://www.instagram.com/basukibtp> diakses pada tanggal 17 April 2017 pukul 14.25 WIB.

¹⁰ <http://www.instagram.com/agusyudhoyono> diakses pada tanggal 17 April 2017 pukul 15.12 WIB.

pribadi sebagai media kampanye putaran pertama Pilkada DKI Jakarta 2017 ialah Anies Baswedan.

Akun media sosial Instagram Anies Baswedan memiliki *ID Name* @aniesbaswedan, dengan jumlah *follower* mencapai angka 308.000 akun saat masa kampanye putaran pertama DKI Jakarta 2017.¹¹ Dari data terbaru, *follower* akun Instagram @aniesbaswedan mengalami peningkatan hampir tiga kali lipat yaitu sebanyak 866.000 *follower*. Di era digital saat ini, data terbaru tentang pengguna aktif media sosial Instagram di seluruh dunia mencapai angka 800 juta akun, data tersebut menunjukkan bahwa media sosial Instagram mengalami pertumbuhan pengguna yang begitu pesat daripada media sosial yang lain. Pertumbuhan pengguna yang makin menanjak tersebut juga dipengaruhi setelah saham Instagram dibeli oleh Facebook.¹² Untuk pengguna media sosial Instagram di Indonesia sendiri, tercatat mencapai angka 22 juta akun pengguna aktif.¹³ Walaupun terbilang sebagai media sosial baru, Instagram terbukti dapat bersaing dengan beberapa media sosial yang sudah populer lebih dahulu. Guna memikat *netizen* untuk menggunakan media sosial Instagram, Instagram kerap menghadirkan terobosan-terobosan baru yang lebih canggih, tidak jarang Instagram juga mengadopsi fitur-fitur yang ada di media sosial lain,

¹¹<http://www.instagram.com/aniesbaswedan/> diakses pada tanggal 14 Maret 2017 pukul 01.20 WIB.

¹²<http://tekno.liputan6.com/read/3109870/instagram-kini-kantongi-800-juta-pengguna-aktif> diakses pada tanggal 28 Oktober 2017 pukul 01.02 WIB.

¹³<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> diakses pada tanggal 6 Maret 2017 pukul 16.00 WIB.

sehingga dengan adanya hal tersebut menjadikan media sosial Instagram memiliki daya tarik yang lebih daripada media sosial yang lain.

Media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer di Indonesia belakangan ini. Kepopuleran media sosial Instagram membuat banyak *netizen* memanfaatkan Instagram dalam beberapa aspek kehidupan, diantaranya sebagai media komunikasi maupun sebagai media citra diri. Hal itu karena Instagram memiliki beberapa daya tarik yang lebih dari pada media sosial yang populer lebih dahulu, adapun beberapa daya tariknya yaitu, Instagram sebagai media sosial yang media utamanya ialah foto, dengan adanya hal itu membuat Instagram sangat cocok digunakan sebagai media pemasaran produk yang harus menampilkan gambar produk dengan kualitas yang bagus. Media sosial Instagram juga memiliki beberapa kelebihan lain, yaitu dapat terkoneksi dengan beberapa media sosial, hal itu menjadikan postingan yang diunggah di Instagram dapat termuat di media sosial lain, adapun beberapa media sosial yang dapat terkoneksi dengan Instagram yaitu Facebook, Twitter, Tumblr dan Flickr.

Layanan berbagi foto dan video milik Facebook tersebut memiliki tampilan yang sederhana, dengan adanya hal tersebut mampu mempermudah para pengguna baru untuk menguasai fitur-fitur yang ada di Instagram. Instagram juga memiliki fitur tanpa batas, yaitu ketika ingin mengikuti akun yang ingin diikuti cukup dengan *follow* tanpa harus menunggu persetujuan pemilik akun, terkecuali akun yang memasang

privasi untuk akunnya. Instagram juga memiliki fitur baru, yaitu *instastories* dan Instagram *live* video. Fitur *instastories* merupakan fitur yang memungkinkan bagi pengguna Instagram untuk memposting foto maupun video dengan kurun waktu *berslide shop*, sedangkan Instagram *live* video merupakan fitur tambahan dalam fitur *instastories*. Fitur *instastories* yang ada di Instagram memiliki kemiripan dengan fitur yang ada di Snapchat. Kehadiran fitur baru Instagram tersebut mendapat respon dari pasar saham, setelah fitur tersebut diluncurkan oleh Instagram, saham Snapchat mengalami penurunan sebanyak 2,79%.¹⁴

Instagram baru-baru ini juga meluncurkan fitur baru yang dapat dinikmati oleh para penggunanya, fitur baru tersebut memungkinkan pengguna Instagram untuk mengirim pesan dalam bentuk video maupun foto yang dapat hilang setelah dibuka oleh penerima. Fitur baru ini juga menunjang penambahan teks dan ikon lain pada foto maupun video yang akan dikirimkan. Fitur baru ini merupakan salah satu fitur yang ada di Snapchat yang diadaptasi oleh Instagram dan memiliki kemiripan dengan fitur *instastories* yang diluncurkan oleh Instagram lebih dahulu.

Sejak bergulirnya era *digital*, media sosial juga digunakan dalam beberapa aspek kehidupan,¹⁵ diantaranya yaitu sebagai media komunikasi, media pemasaran produk atau jasa, dan media kampanye partai politik maupun media citra diri bagi para tokoh masyarakat serta politisi.

¹⁴<http://tekno.liputan6.com/read/2918355/lagi-instagram-hadirkan-fitur-snapchat-di-layanannya> diakses pada tanggal 19 April 2017 pukul 19.30 WIB.

¹⁵Saharudin. “*Perkembangan Teknologi Komunikasi (Sebuah Pengantar)*,” Sleman : Pustaka Akademika (2011). hlm. 171.

Penggunaan media sosial dalam berbagai bidang, selain disebabkan karena biaya operasional yang murah, penggunaan media sosial tentunya lebih efektif dan efisien sesuai dengan perkembangan era *digital*. Melalui media sosial, kepribadian seorang pengguna media sosial akan dapat dilihat dari media sosial yang ia miliki.¹⁶ Kepribadian seorang pengguna media sosial dapat dilihat dengan cara melihat postingan ataupun konten yang ia tampilkan dalam media sosialnya. Hal itu disebabkan karena dalam postingan yang ia unggah di media sosial kerap berkaitan dengan profil maupun aktivitas pengguna tersebut. Media sosial juga dapat berfungsi sebagai media pengarsip data pengguna,¹⁷ terutama data yang berkaitan dengan data visual seperti foto maupun video.

Anies Baswedan dalam menggunakan media sosial tidak hanya digunakan menjadi media komunikasi atau berinteraksi dengan masyarakat, namun juga ia gunakan sebagai media untuk mengkonstruksi citra diri pada *follower* akun Instagram-nya. Hal itu dilakukan dengan cara menampilkan konten-konten yang berkaitan dengan kegiatan keseharian dan kegiatan saat ia berkampanye di dalam masyarakat. Konten-konten yang ia unggah dimaksudkan supaya *follower* akun Instagram-nya dapat terkonstruksi untuk memberikan dukungan dan memilih ia menjadi Gubernur dalam Pilkada DKI Jakarta 2017.

¹⁶Laksita Wikan Nastiti, "*Bentuk Personal Branding Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Saptuari Sugiharto Melalui Akun Twitter Pribadi @Saptuari)*" (Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016). hlm. 5

¹⁷Rulli Nasrullah, "*Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*," Bandung: Simbiosis Rekatama Media (2015). hlm. 31

Konten yang Anies Baswedan unggah di Instagram, tidak jarang berkaitan dengan kegiatan pribadi maupun kegiatan ia saat berkampanye. Konten yang ia tampilkan dikemas dengan tampilan yang menarik disertai dengan bahasa yang formal, namun mudah dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat. Tidak jarang Anies Baswedan juga menyelipkan konten yang berbau humor namun tetap memiliki makna yang serius. Konten yang ia unggah pun tidak hanya dalam bentuk foto, namun tidak jarang juga berbentuk cuplikan-cuplikan video. Hal itu membuat konten yang ia unggah tidak terkesan monoton dan terlalu formal.

Pengunggahan konten ke media sosial tentunya memiliki motif maupun tujuan tertentu, salah satu motif atau tujuan tersebut diantaranya sebagai media citra diri di ranah publik, hal itu tentunya bertujuan untuk menaikkan popularitas dan memberikan citra yang baik di ranah publik agar dapat mengambil hati pemilih dalam Pilkada DKI Jakarta 2017. Media bukan hanya menjadi pembujuk yang kuat, namun juga dapat membelokkan perilaku atau sikap-sikap terhadap suatu hal.¹⁸ Proses konstruksi sosial yang dilakukan oleh Anies Baswedan kepada *follower* melalui media sosial Instagram, menjadi daya tarik peneliti untuk mengkaji fenomena ini lebih lanjut. Hal itu dimaksudkan guna memahami konstruksi citra diri melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh Anies Baswedan dan mengetahui bagaimana proses terbentuknya konstruksi citra diri tersebut.

¹⁸William L Rivers, Jay W Jensen, and Theodore Peterson, "Media Massa Dan Masyarakat Modern," *Prenada Media, Jakarta* (2003). hlm. 255

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

Sejauh mana citra diri Anies Baswedan melalui akun Instagram @aniesbaswedan terhadap *follower* pada kampanye putaran pertama Pilkada DKI Jakarta 2017?

C. Tujuan Penelitian

Sebuah penelitian tentunya ingin mencapai sebuah tujuan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

Mengetahui tahapan-tahapan citra diri Anies Baswedan melalui akun Instagram @aniesbaswedan terhadap *follower* pada kampanye putaran pertama Pilkada DKI Jakarta 2017.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah dipaparkan di atas, peneliti berharap akan mendapat manfaat dari penelitian ini baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat yang diharapkan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan keilmuan dan menambah wawasan khususnya pada bidang sosiologi, serta dapat menjadi manfaat bagi pembaca penelitian ini

dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang sesuai dengan penelitian ini.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang bagaimana tokoh politik mengkonstruksi dirinya melalui media sosial, khususnya media sosial Instagram.

E. Tinjauan Pustaka

Guna mempertajam penelitian ini, maka peneliti merujuk dari beberapa penelitian sebelumnya tentang citra diri tokoh masyarakat maupun politisi di media sosial. Penggunaan sumber-sumber data tersebut diharapkan dapat memberikan ketajaman dan keaslian penelitian yang mendalam.

Pertama, penelitian yang dilakukan Mas Agus Firmansyah, Siti Karlinah dan Suwandi Sumartia pada tahun 2017, merupakan jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran Bandung, dengan judul : *“Kampanye Pilpres 2014 dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres”*. Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mencari tahu bagaimana dua calon tokoh presiden (Prabowo dan Jokowi) ketika dikonstruksi melalui kicauan akun Twitter para pendukung masing-masing. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, observasi penelitian dan menganalisis kicauan Twitter para pendukung dari dua calon presiden yang diunggah

selama kampanye pemilihan presiden berlangsung (4 Juni-Juni 2014). Hasil penelitian memaparkan bahwa Prabowo dibangun oleh akun pendukung Twitter sebagai sosok yang sangat cerdas, tegas dan kuat. Di lain pihak, Jokowi dibangun oleh pendukungnya sebagai tokoh populis, sederhana dan jujur.¹⁹

Kedua, penelitian yang dilakukan Tanto Fadly pada tahun 2015, merupakan skripsi dari Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul : “*Strategi Kampanye Media Sosial (Twitter) Tim Pemenangan Joko Widodo-Jusuf Kalla dalam Pemilihan Presiden 2014*”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi dan model kampanye media sosial (Twitter) tim pemenangan Jokowi-JK dalam Pilpres 2014. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konvergensi simbolik. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi yang digunakan dalam kampanye di medsos, yaitu membuat isu negatif sebelum membuat postingan di Twitter guna memancing kubu lawan, pemberitaan konten positif tentang Jokowi-JK, merekrut relawan sebanyak-banyaknya dan menambah *follower* setiap akunnya guna memperbanyak *mention*. Model

¹⁹Mas Agus Firmansyah, Siti Karlinah, and Suwandi Sumartias, "Kampanye Pilpres 2014 Dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres," *Jurnal The Messenger* 9, no. 1 (2017). hlm. 79

dari kampanye ini adalah kampanye komponensial, yang meliputi sumber kampanye, saluran, pesan, penerima kampanye, efek dan umpan balik.²⁰

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Nilam Arsanti Wibisono pada tahun 2015, skripsi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dengan judul : “*Citra Politisi Melalui Media Sosial (Analisis Isi Kuantitatif Pesan Twitter @Basuki_Btp selama Masa Transisi dari Wakil Gubernur DKI Jakarta menjadi Gubernur DKI Jakarta Periode 9 Juli 2014 - 15 November 2014)*”. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pesan Twitter Basuki Tjahaja Purnama pada masa transisi dari Wakil Gubernur DKI Jakarta menjadi Gubernur DKI Jakarta. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif, sedangkan teknik menganalisis pesan dan gambar yang diunggah menggunakan *coding sheet* yang telah dibuat sebagai *instrument* penelitian analisis isi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kecenderungan isi pesan Twitter Ahok pada sisi *personality* dan *behaviour* cukup tinggi. Ahok menampilkan identitas dirinya sebagai seorang aktor politik yang peka terhadap rakyat dan keadaan lingkungannya. Dimensi komunikasi politik yang telah dianalisis kecenderungan isi pesan Twitter secara keseluruhan menunjukkan kecenderungan menggunakan komunikasi politik informatif dan persuasif. Dalam komunikasi politik Ahok menampilkan dirinya melalui

²⁰Tanto Fadly, "Strategi Kampanye Media Sosial (Twitter) Tim Pemenangan Joko Widodo-Jusuf Kalla Dalam Pemilihan Presiden 2014," (2016). hlm. i

pesan Twitter sebagai seorang aktor politik yang memahami informasi yang penting untuk diketahui oleh para *follower*-nya.²¹

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Lidya Joyce Sandra pada tahun 2013, jurnal dari Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, dengan judul : “*Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 di Media Sosial Twitter*”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana *political branding* yang dilakukan Jokowi selama masa kampanye pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 di media sosial Twitter. Adapun metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif Hsieh & Shannon dengan pendekatan *directed content analysis* melalui prosedur induksi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *political branding* Jokowi sebagai politisi yang terbuka, dekat dengan masyarakat, kredibel dan merakyat (egaliter) yang dibentuk melalui personalitas, penampilan dan pesan-pesan politis di Twitter Jokowi.²²

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Fara Claudia Amanda pada tahun 2015, skripsi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, dengan judul: “*Personal Branding Tokoh Melalui Media Sosial (Analisis Isi pada Akun Instagram Ani Yudhoyono (@aniyudhoyono) Pasca Jabatan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono)*”.

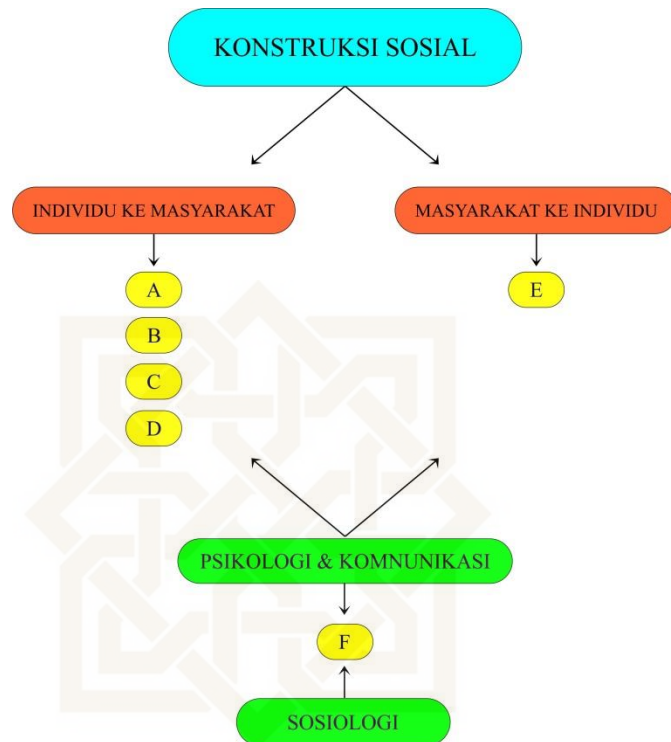
²¹Nilam Arsanti Wibisono, "Citra Politisi Melalui Media Sosial (Analisis Isi Kuantitatif Pesan Twitter@ Basuki_Btp Selama Masa Transisi Dari Wakil Gubernur DKI Jakarta Menjadi Gubernur DKI Jakarta Periode 9 Juli 2014-15 November 2014)" (UAJY, 2015). hlm. v

²²Lidya Joyce Sandra, "Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter," Jurnal E-komunikasi 1, no. 2 (2013). hlm. 276

Tujuan penelitian ini untuk Mendeskripsikan *personal branding* melalui foto dan *caption* pada akun Instagram @*aniyudhoyono* pasca jabatan SBY. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *personal branding*, dimana analisis yang dilakukan mengacu pada tujuh elemen *personal branding* yang dikemukakan oleh Chris Brogan yaitu kepercayaan diri, menjadi diri sendiri, menawarkan nilai, menentukan tujuan, inovasi, bertanggung jawab dan komunikasi secara efektif. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini elemen menjadi diri sendiri mendominasi karena Ani menjadi dirinya sendiri apa adanya dengan peran yang dijalani sebagai seorang istri, ibu, dan nenek bagi keluarganya. Akun Instagram Ani menunjukkan bahwa Ani tidak hanya mem-*branding* dirinya, namun turut mem-*branding* keluarga dan kegiatan yang dijalannya. Akun Instagram Ani juga menunjukkan sisi kehidupan keluarga presiden saat menjabat dan pasca menjabat sebagai presiden dari kacamata seorang Ibu Negara yang mendampingi suaminya hingga akhir masa jabatannya sebagai presiden ke 6 Republik Indonesia.²³

²³Fara Claudia Amanda, "*Personal Branding Tokoh Melalui Media Sosial (Analisis Isi Pada Akun Instagram Ani Yudhoyono (@ Aniyudhoyono) Pasca Jabatan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono)*" (University of Muhammadiyah Malang, 2015). hlm. xv

Bagan 1. 1 Posisi Penelitian



Sumber : Hasil olahan peneliti

Keterangan :

A : Tanto Fadly

B : Nilam Arsanti Wibisono

C : Lidya Joyce Sandra

D : Fara Claudia Amanda

E : Mas Agus Firmansyah, Siti Karlinah dan Suwandi Sumartia

F : Hanafi Rochman

Gambar tersebut menjelaskan bahwa penelitian yang dilakukan oleh A, B, C dan D mengkaji mengenai proses citra diri individu kepada masyarakat melalui media sosial, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh E mengkaji tentang proses citra diri masyarakat kepada individu

melalui media sosial. Penelitian yang akan dilakukan F ialah penelitian yang mengkaji tentang tahapan citra individu kepada masyarakat melalui media sosial, sehingga penelitian F sama dengan penelitian yang dilakukan oleh A, B, C dan D. Penelitian yang dilakukan oleh A, B, C, D dan E semua memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh F, karena menggunakan dasar keilmuan psikologi dan komunikasi. Akan tetapi penelitian yang akan dilakukan F adalah penelitian yang bersifat melengkapi penelitian sebelumnya, dengan perbedaan mendasar dengan penelitian sebelumnya ialah, jika penelitian sebelumnya hanya melihat dari dua sudut pandang keilmuan, yaitu psikologi dan komunikasi, sedangkan F melihat konstruksi sosial dilihat dari tiga sudut pandang keilmuan, yaitu psikologi, komunikasi dan sosiologi.

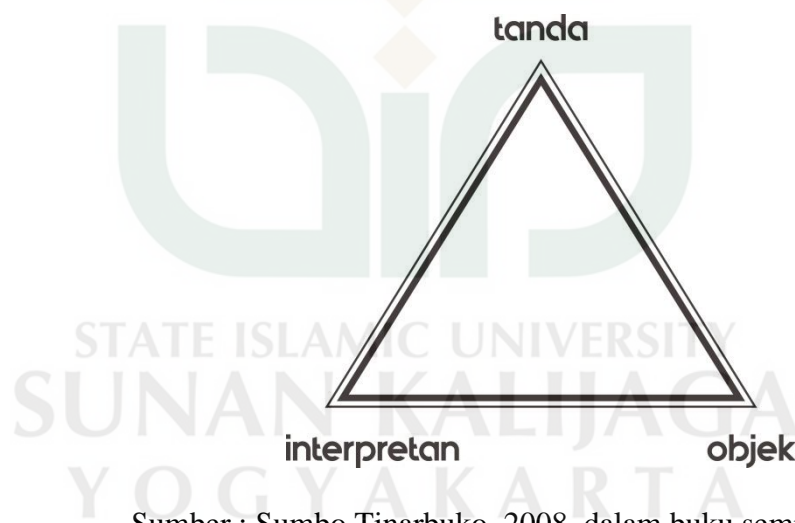
F. Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan pendekatan Semiotika Charles Sanders Pierce. Pierce merupakan ahli matematika yang berasal dari Amerika Serikat yang menyukai atau tertarik terhadap persoalan yang berkaitan dengan lambang-lambang. Semiotika merupakan cara atau metode yang digunakan untuk menganalisis dan memberikan makna terhadap lambang-lambang pesan maupun teks. Maksud dari teks dalam hubungan ini merupakan segala bentuk sistem lambang (*sign*), baik yang berada dalam media massa maupun di luar media massa. Adanya hal tersebut, analisis

semiotik merupakan pemaknaan terhadap lambang-lambang dalam teks yang menjadi pusat perhatian.²⁴

Menurut Pierce, tanda mengacu pada acuan dan pemaknaan yang menjadi fungsi utamanya. Definisi dari tanda sendiri ialah sesuatu yang memiliki bentuk fisik, dan merujuk pada suatu hal yang lain. Penggunaan tanda tersebut, Pierce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen ke dalam struktur tunggal. Proses tersebut, Pierce menggunakan teori segitiga makna (triangle meaning) yang terdiri atas tanda (*sign*), objek (*object*) dan interpretan (*interpretant*).²⁵

Bagan 1. 2 Segitiga Semiotik Charles Sanders Pierce



Sumber : Sumbo Tinarbuko, 2008, dalam buku semiotika visual

²⁴ Lembaga Kajian Islam and Sosial . *Penelitian Komunikasi Kualitatif*(PT LKiS Pelangi Aksara, 2007). hlm. 155

²⁵ Rachmat Kriyantono, "*Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran,*" Jakarta: Fajar Inter Pratama Offset (2006). hlm. 265

Jika pendekatan tersebut dikaitkan dengan penelitian ini, maka Anies Baswedan dalam melakukan citra diri di media sosial dilakukan melalui tiga tahapan ;

a. Tanda (*sign*)

Tanda merupakan sesuatu fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk hal lain di luar tanda itu sendiri, sehingga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Anies Baswedan dalam mencitrakan dirinya, ia menghadirkan beberapa tanda yang dapat membangun *image* positif bagi dirinya.

b. Objek (*object*)

Objek merupakan konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda. Yaitu bagaimana Anies Baswedan menjadikan ikon-ikon yang ada di masyarakat untuk dijadikan sebagai ikon dirinya, adanya hal itu ikon yang dibawa oleh Anies Baswedan dapat diterima dan dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat dengan mudah.

c. Interpretan (*interpretant*)

Interpretan merupakan konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Yaitu dimana Anies Baswedan mengaplikasikan ikon yang ia kenakan dalam kehidupan sehari, sehingga secara tidak langsung masyarakat akan memahami makna ikon yang dikenakan oleh Anies Baswedan.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiono yaitu cara ilmiah yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu, cara ilmiah dapat diartikan sebagai suatu hal yang rasional (terjangkau akal), empiris (suatu hal yang dapat diamati melalui indra manusia), dan sistematis (melalui tahapan tertentu yang bersifat logis). Adanya hal itu, keabsahan suatu penelitian ditentukan dari metode penelitian yang digunakan.²⁶

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka atau metode kepustakaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode kepustakaan menurut Koentjaraningrat merupakan cara pengumpulan data dari berbagai macam bahan yang terdapat di ruang kepustakaan, seperti koran, buku-buku, majalah, naskah dan dokumen yang relevan dengan penelitian tersebut.²⁷ Menurut Sugiyono, metode kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan merupakan suatu hal yang penting dalam sebuah penelitian, karena sebuah penelitian tidak bisa lepas dari literatur-literatur ilmiah.²⁸

²⁶ Muhammad Hariwijaya and PB Triton, *"Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal Dan Skripsi," Oryza. Yogyakarta (2007).* hlm. 51

²⁷ Koentjaraningrat Koentjaraningrat et al., *Kamus Istilah Antropologi* (Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1984). hlm. 420

²⁸ Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Cetakan Ke-15,"* (2012). (2012). hlm. 291

Jenis penelitian kepustakaan yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini membutuhkan data yang berkaitan dengan media sosial Instagram, internet, buku, jurnal dan naskah dokumen. Kesulitan atau hambatan yang dialami peneliti dalam mengumpulkan data jenis pustaka diantaranya sebagai berikut; *pertama*, sulitnya menemukan data yang berkaitan dengan konstruksi sosial di media sosial, sehingga proses konstruksi sosial hanya dapat dijumpai dalam bentuk jurnal maupun artikel. *Kedua*, komentar-komentar yang masuk dalam unggahan foto di akun Instagram Anies Baswedan pada kampanye putaran pertama bersifat anonim, sehingga sulit untuk mengetahui identitas secara lengkap. Akan tetapi, komentar-komentar yang masuk tersebut dapat dibuktikan dengan cara mengambil *Capture* dari beberapa komentar-komentar yang masuk dalam unggahan foto akun @aniesbaswedan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah postingan-postingan akun Instagram @aniesbaswedan pada kampanye putaran pertama Pilkada DKI Jakarta 2017, periode 28 Oktober 2016-11 Februari 2017.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Menurut Umar data primer merupakan data yang diperoleh melalui sumber pertama.²⁹ Adapun data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui postingan-postingan akun Instagram @aniesbaswedan pada kampanye putaran pertama pilkada DKI Jakarta 2017 periode 28 Oktober 2016-11 Februari 2017.

b. Data Sekunder

Menurut Umar data sekunder merupakan data primer yang telah dioalah lebih lanjut serta disajikan oleh pihak pengumpul data primer maupun pihak lain.³⁰ Adapun data sekunder yang dirujuk oleh peneliti diperoleh dari beberapa tulisan. Data-data tersebut berupa kajian literatur tentang konstruksi citra diri seperti buku, jurnal, skripsi, tesis dan artikel.

4. Metode Pengumpulan Data

Ada berbagai macam metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai literatur dan media sosial Instagram. Adapun data-data dari Instagram berupa postingan dan komentar dalam akun Instagram @aniesbaswedan yang berkaitan dengan Pilkada DKI 2017 putaran pertama, terhitung sejak 28 Oktober 2016 sampai 11 Februari 2017.

²⁹Basrowi Sudjarwo, *"Manajemen Penelitian Sosial," Bandung: Mandar Maju (2009).*
hlm. 140

³⁰*Ibid.* hlm. 140

Untuk data literatur sendiri, peneliti dapatkan dari berbagai jurnal, buku maupun penelitian yang serupa.

5. Metode Analisis Data

Data yang telah terkumpul, selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis semiotik Charles Sander Pierce. Pierce mengembangkan teori segi tiga makna (*triangle meaning*) yang terdiri atas tanda (*sign*), objek (*object*) dan interpretan (*interpretant*). Menurut Pierce salah satu bentuk tanda adalah kata, sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Selanjutnya interpretan merupakan tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.³¹

Menurut Charles Sander Pierce tanda terdiri atas tiga kategori, yaitu ikon (*icon*), indeks (*index*) dan simbol (*symbol*). Ikon merupakan hubungan antara tanda dengan objek atau yang memiliki kesamaan, indeks merupakan tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang mempunyai hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan, dan simbol merupakan tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petanda.³² Tanda sendiri merupakan sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia, dan merujuk atau mempresentasikan hal lain di luar tanda tersebut.

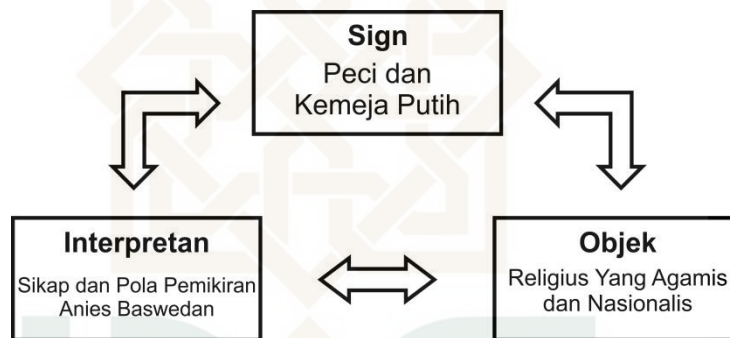
³¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik Dan Analisis Framing*(Remaja Rosdakarya, 2001). hlm. 114-115

³² *Ibid.* hlm. 41-42

H. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan proses atau cara peneliti untuk menyelesaikan kasus atau permasalahan yang akan diteliti. Adapun dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti menggunakan kaca mata analisis semiotika guna menemukan jawaban dari rumusan masalah. Berikut merupakan kerangka berfikir yang disusun oleh peneliti.

Bagan 1. 3 Skema Kerangka Konseptual Pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

I. Sistematika Pembahasan

Penggunaan sistematika pembahasan dimaksudkan guna untuk mendapatkan gambaran umum serta memudahkan pembaca dalam membaca hasil penelitian ini. Sistematika pembahasan pada dasarnya berisi uraian tentang tahap-tahap pembahasan yang dilakukan oleh peneliti. Adapun pembahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Bab pertama terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori dan metode penelitian yang

digunakan. Pada Bab pertama ini berisi tentang gambaran umum dari isi penelitian yang akan dilakukan.

Bab kedua menjelaskan gambaran tentang profil Anies Baswedan dan gambaran tentang media sosial Instagram.

Bab ketiga menjelaskan tentang data penelitian dari hasil penelitian yang dilakukan di beberapa literatur dan media sosial Instagram. Pembahasan dalam bab ini dibagi menjadi dua sub bab, yaitu media sosial Instagram sebagai media citra diri dan citra diri Anies Baswedan di media sosial Instagram.

Bab keempat menjelaskan tentang analisis data dengan menggunakan metode analisis semiotik dan dikaitkan dengan temuan data dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

Bab kelima berisi tentang kesimpulan penelitian, rekomendasi yang berkaitan dengan penelitian.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tahapan citra diri yang dilakukan oleh Anies Baswedan di media sosial Instagram, peneliti menemukan bahwa Anies Baswedan mengkonstruksi dirinya menjadi dua kategori dalam unggahannya di Instagram, yaitu sebagai pribadi yang agamis dan pribadi yang nasionalis. Citra diri yang ia lakukan juga diperkuat oleh *follower*-nya di Instagram melalui komentar-komentar yang masuk. Citra diri yang dilakukan oleh Anies Baswedan ia lakukan dengan cara menghadirkan tanda-tanda dalam unggahannya di Instagram. Adapun tanda yang ia hadirkan berupa kemeja putih dan peci hitam.

Kemeja putih dan peci hitam menjadi tanda bagi dirinya, dimana dua tanda tersebut dapat dimaknai sebagai berikut; kemeja putih dapat diartikan sebagai kesucian dan kebersihan, selain itu warna putih merupakan warna yang identik dikenakan oleh para ulama. Adanya hal itu, warna putih dapat dimaknai bahwa pemakainya sebagai pribadi yang suci dan taat beragama. Peci hitam pertama kali dipopulerkan oleh Bung Karno, peci hitam merupakan simbol kebangsaan. Di era simbolis saat ini, selain digunakan untuk ibadah peci hitam juga menjadi simbol pemimpin-pemimpin di Indonesia. Adanya hal itu, tidak sedikit pemimpin-pemimpin di Indonesia mengenakannya untuk mencitrakan dirinya bahwa ia

merupakan pemimpin yang memiliki kepribadian baik, bersih dan cinta tanah air.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi atau saran. Adapun beberapa rekomendasi dan saran tersebut sebagai berikut;

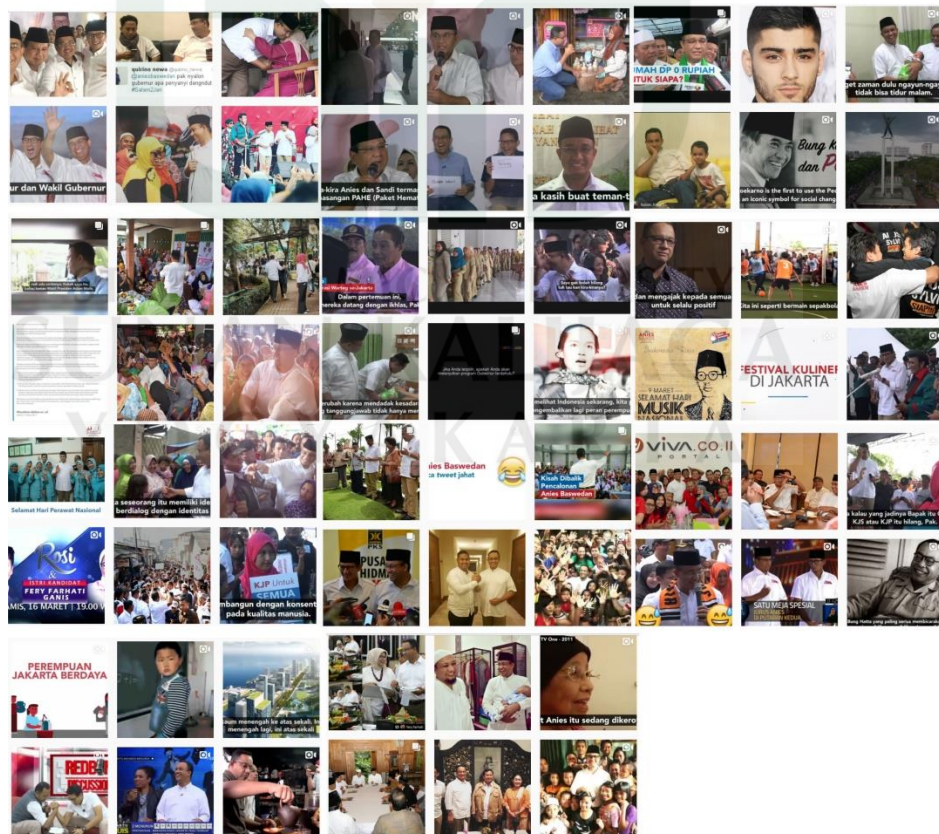
1. Secara sosiologis, peneliti mengharapkan agar penelitian ini menjadi sumbangsih dalam kahasanah keilmuan, khususnya pada bidang sosiologi.
2. Peneliti berharap, dalam penelitian selanjutnya tentang konstruksi citra diri melalui media sosial, khususnya media sosial Instragram dilakukan dengan lebih mendalam karena konstruksi cita diri di media sosial menjadi gaya baru belakangan ini.
3. Untuk pengguna media sosial khususnya Instagram, diharapkan mampu memilah atau mencerna setiap apa yang diunggah di Instagram. Hal itu maksudkan guna dapat membedakan unggahan yang nyata atau fakta dan unggahan yang bohong atau *hoax*.

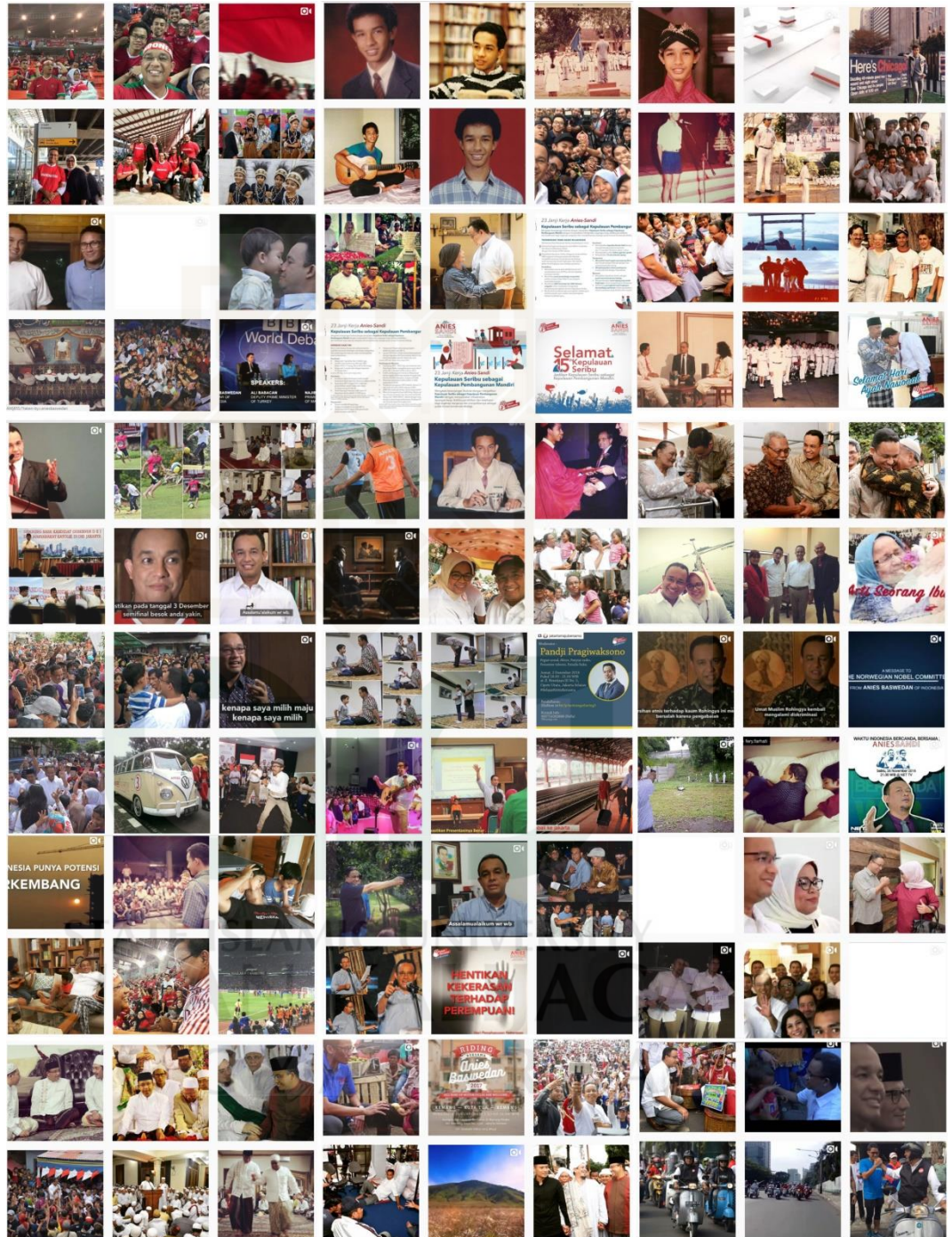
LAMPIRAN

A. Profil Instagram Anies Baswedan



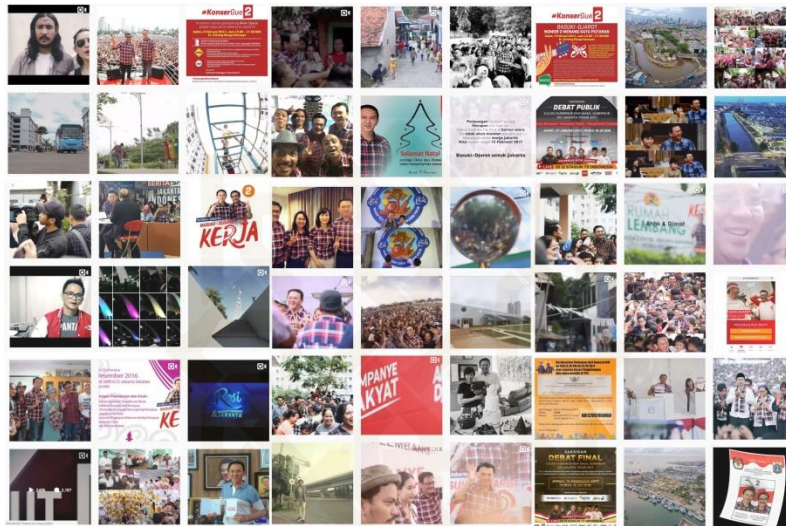
B. Postingan Anies Baswedan Periode 28 Oktober 2016 sampai 11

Februari 2017

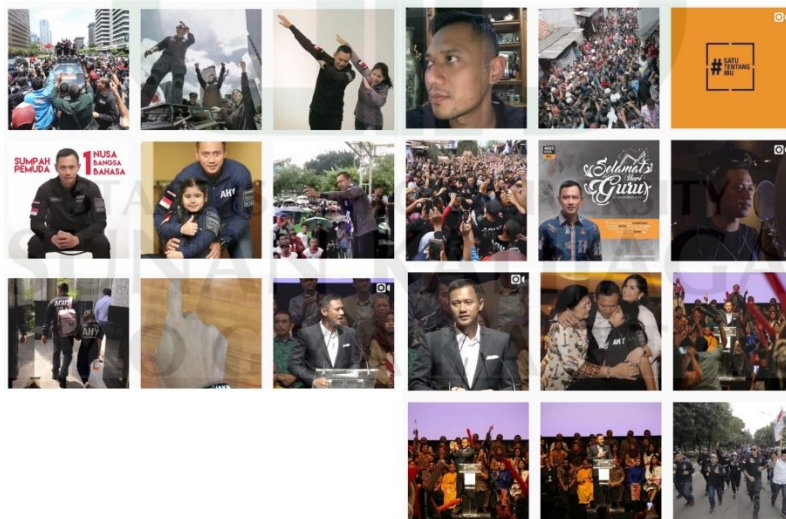




**C. Postingan Basuki Thaja Purnama (Ahok) Periode 28 Oktober 2016
sampai 11 Februari 2017**



**D. Postingan Agus Harimurti Yudhoyono Periode 28 Oktober 2016
sampai 11 Februari 2017**



C. Jumlah Komentar Yang Masuk



← Foto

 **aniesbaswedan**



7.131 suka

aniesbaswedan Perjuangan dan semangat #TimnasIndonesia harus diapresiasi. Pada laga pertama, kita bermain dengan sangat baik. Sayangnya pada laga kedua di kandang Thailand, mereka bermain lebih baik dari kita. Tapi ini lah yang namanya pertandingan, ada yang menang, ada yang kalah. Kita harus optimis, timnas kita akan ada di final-final berikutnya dan bisa meraih juara.

Saya juga mengapresiasi pendukung timnas Indonesia yang hadir di Stadion Rajamangala

pertama, kita bermain dengan sangat baik. Sayangnya pada laga kedua di kandang Thailand, mereka bermain lebih baik dari kita. Tapi ini lah yang namanya pertandingan, ada yang menang, ada yang kalah. Kita harus optimis, timnas kita akan ada di final-final berikutnya dan bisa meraih juara.

Saya juga mengapresiasi pendukung timnas Indonesia yang hadir di Stadion Rajamangala, Bangkok. Mereka menonton dengan sangat tertib, saya tidak mendengar ada ucapan-ucapan kotor yang tidak pantas didengar. Pada saat pertandingan berakhir, kita semua berdiri dan bertepuk tangan menghadap ke arah suporter Thailand. Di luar arena pun kedua pendukung saling tos. Moment yang sangat luar biasa!

Dalam pilkada, kita juga harus mencontoh hal-hal seperti ini. Lawan tidak berarti musuh. Lawan di sepak bola adalah teman olahraga, lawan bicara adalah teman berpikir, lawan di dalam pemilu adalah teman berdemokrasi.

#TerimaKasihTimnasku #SalamBersama #MajuBersama

[Lihat semua 126 komentar](#)

sandiuno Mantep! Oleh-olehnya jangan lupa ya..

jakartamajubersama 🙌🙌🙌🙌🙌🙌

18 DESEMBER 2016

← Video

 **aniesbaswedan**
Jakarta, Indonesia



37.270 tayangan

aniesbaswedan Aksi nyata merajut tenun kebangsaan yaitu melalui dialog dengan semua kalangan meskipun berbeda. Dialog akan membangun jembatan yang memfasilitasi pengertian sesama warga demi persatuan.

Resiko sebuah jembatan adalah diinjak-injak tetapi bila dapat mempersatukan maka layak diperjuangkan.

#tenunkebangsaan #bhinnekatunggalika

[Lihat semua 185 komentar](#)

jakartamajubersama Terharuuu 🙌🙌🙌🙌🙌🙌

6 JANUARI

← Video

 **aniesbaswedan**
Jakarta, Indonesia



Ucapan selamat Hari Ibu, maka jawab detikcom

17.158 tayangan

aniesbaswedan Di #HariAntiKorupsi ini, para Ibu mari ingatkan anak-anak untuk tahu mana yang miliknya dan mana yang bukan miliknya, serta memintanya untuk tak membiarkan rahim ibunya menjadi tempat lahir calon koruptor.

#Ani3sSandiAntiKorupsi

[Lihat semua 68 komentar](#)

9 DESEMBER 2016

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ardianto, Elvinaro. "Lukiati Komala, Dan Siti Karlinah." *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (2009).
- D Hendropuspito, OC. *Sosiologi Agama*. Kanisius (1983).
- Hariwijaya, Muhammad, and PB Triton. *"Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal Dan Skripsi."* Oryza. Yogyakarta (2007).
- Hartman, Taylor. *"The Color Code (Kode Warna)." Cetakan pertama. Batam: Interak-sara* (2004).
- Husnil, Muhammad. *Melunasi Janji Kemerdekaan*. Jakarta: Zaman, 2014.
- Islam, Lembaga Kajian, and Sosial . *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. PT LKiS Pelangi Aksara (2007).
- Koentjaraningrat, Koentjaraningrat, Budhisantoso Budhisantoso, J Danandjaya, and Parsudi Suparlan. *Kamus Istilah Antropologi*. Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa (1984).
- Kriyantono, Rachmat. *"Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran."* Jakarta: Fajar Inter Pratama Offset (2006).
- Listyarti, Retno. *Pendidikan Kewarganegaraan* (2007).
- Nasrullah, Rulli. *"Cyber Media."* Yogyakarta: IDEA Press (2013).
- . *"Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi."* Bandung: Simbiosis Rekatama Media (2015).
- Purwanto, Djoko. *"Komunkasi Bisnis, Edisi Ketiga, Penerbit: Erlangga."* Jakarta (2006).
- Rivai, Veithzal, and RA Boy. *"Pemimpin Dan Kepemimpinan Dalam Organisasi."* Jakarta: PT Rajagrafindo Persada (2013).
- Rivers, William L, Jay W Jensen, and Theodore Peterson. *"Media Massa Dan Masyarakat Modern."* Prenada Media, Jakarta (2003).
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik Dan Analisis Framing*. Remaja Rosdakarya (2001).
- . *"Psikologi Umum Dalam Lintasan Sejarah."* Bandung: Pustaka Setia (2003).
- Sudjarwo, Basrowi. *"Manajemen Penelitian Sosial."* Bandung: Mandar Maju (2009).
- Sugiyono. *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Cetakan Ke-15."* (2012).
- Taniredja, Tukiran. *"Konsep Dasar Pendidikan Kewarganegaraan."* Yogyakarta: Penerbit Ombak (2013).

SKRIPSI DAN JURNAL

- Amanda, Fara Claudia. *"Personal Branding Tokoh Melalui Media Sosial (Analisis Isi Pada Akun Instagram Ani Yudhoyono (@ Aniyudhoyono) Pasca*

- Jabatan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono*)." University of Muhammadiyah Malang (2015).
- Andarwati, Iandesi. *"Citra Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram Pada Siswa Kelas Xi Sma N 9 Yogyakarta."* *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling* 5, no. 3 (2016).
- Fadly, Tanto. *"Strategi Kampanye Media Sosial (Twitter) Tim Pemenangan Joko Widodo-Jusuf Kalla Dalam Pemilihan Presiden 2014."* (2016).
- Firmansyah, Mas Agus, Siti Karlinah, and Suwandi Sumartias. *"Kampanye Pilpres 2014 Dalam Konstruksi Akun Twitter Pendukung Capres."* *Jurnal The Messenger* 9, no. 1 (2017).
- Kertamukti, Rama. *"Komunikasi Simbol: Peci Dan Pancasila."* *Profetik: Jurnal Komunikasi* 6, no. 1 (2013).
- Nastiti, Laksita Wikan. *"Bentuk Personal Branding Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Saptuari Sugiharto Melalui Akun Twitter Pribadi @Saptuari)."* Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta (2016).
- Sandra, Lidya Joyce. *"Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur Dki Jakarta 2012 Di Media Sosial Twitter."* *Jurnal E-komunikasi* 1, no. 2 (2013).
- Wibisono, Nilam Arsanti. *"Citra Politisi Melalui Media Sosial (Analisis Isi Kuantitatif Pesan Twitter@ Basuki_Btp Selama Masa Transisi Dari Wakil Gubernur Dki Jakarta Menjadi Gubernur Dki Jakarta Periode 9 Juli 2014-15 November 2014)."* UAJY (2015).

INTERNET

- <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> diakses pada tanggal 6 Maret 2017 pukul 16.00 WIB
- <https://news.detik.com/berita/d-3396260/anies-dan-sylvi-hadiri-tabligh-akbar-politik-islam> diakses pada tanggal 15 Agustus 2017 pukul 23.00 WIB
- https://web.facebook.com/aniesbaswedan/?_rdr diakses pada tanggal 21 Maret 2017 pukul 11.25 WIB.
- <https://indonesiamengajar.org/tentangkamites/sejarah/> diakses pada tanggal 12 Juni 2017 pukul 21.10 WIB.
- <https://www.instagram.com/aniesbaswedan/?hl=en> diakses pada tanggal 21 Maret 2017 pukul 11.34 WIB.
- <https://www.instagram.com/aniesbaswedan/> diakses pada tanggal 14 Maret 2017 pukul 1.20 WIB.
- <https://www.instagram.com/aniesbaswedan> diakses pada tanggal 16 April 2017 pukul 14.20 WIB.
- <https://www.instagram.com/aniesbaswedan> diakses pada tanggal 5 Agustus 2017 pukul 18.26 WIB.
- <https://www.instagram.com/basukibtp> diakses pada tanggal 17 April 2017 pukul 14.25 WIB.
- <http://www.instagram.com/agusyudhoyono> diakses pada tanggal 17 April 2017 pukul 15.12 WIB.

<http://jabar.tribunnews.com/2015/12/14/karena-soekarno-kita-bangga-pakai-peci-ini-asal-usul-peci-hitam-yang-jadi-ikon-nasional>, diakses pada tanggal 17 Agustus 2017 pukul 19.02 WIB

<http://megapolitan.kompas.com/read/2017/04/30/06030941/ini.hasil.rekapitulasi.suara.putaran.kedua.pilkada.dki.jakarta>. Diakses pada tanggal 28 Juni 2017 pada pukul 21.30 WIB

<http://reportasenews.com/anies-baswedan-berkunjung-ponpes-wali-songo-situbondo/> diakses pada tanggal 2 Agustus pukul 23.26 WIB.

<https://metro.sindonews.com/read/1141686/171/koalisi-gerindra-pks-usung-anies-baswedan-sandiaga-uno-1474617040> diakses pada tanggal 14 Maret 2017 pukul 00.54 WIB.

<https://metro.sindonews.com/read/1149946/171/ini-profil-cagub-anies-baswedan-1477368032/>. Diakses pada tanggal 12 Juni 2017 pukul 15.20 WIB

<http://nasional.kompas.com/read/2016/08/06/19320281/diganti.anies.baswedan.dinilai.sedikit.melenceng.dari.visi.presiden>, diakses pada tanggal 3 Agustus 2017 pukul 00.28 WIB.

<http://news.viva.co.id/nyunyu/read/sejarah-beginilah-awalnya-instagram-tercipta>. Diakses pada tanggal 4 Agustus 2017 pukul 11.30 WIB

<http://tekno.liputan6.com/read/2918355/lagi-instagram-hadirkan-fitur-snapchat-di-layanannya> diakses pada tanggal 19 April 2017 pukul 19.30 WIB.

<http://tekno.liputan6.com/read/3109870/instagram-kini-kantongi-800-juta-pengguna-aktif> diakses pada tanggal 28 Oktober 2017 pukul 01.02 WIB.

<http://www.tribunnews.com/metropolitan/2016/12/12/peringati-maulid-nabi-anies-sandi-nyanyikan-rindu-rasul>. Diakses pada tanggal 26 Oktober 2017 pukul 00.34 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Hanafi Rochman
Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 04 Agustus 1995
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Gumukrejo RT06/RW01, Kepoh,
Sambi, Boyolali
Email : hanafirochman@yahoo.com
Hp : 0857 2826 1726



B. Pendidikan

1. MI M Demangan : 2001-2005
2. MI M Kepoh : 2005-2007
3. MTs M 06 Sambi : 2007-2010
4. MA N 2 Boyolali : 2010-2013
5. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta : 2013-2017

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
**LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)**



SERTIFIKAT 9

Nomor: UIN.02/L.3/PM.03.1/P3.1120/2016

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada :

Nama : Hanafi Rochman
Tempat, dan Tanggal Lahir : Boyolali, 04 Agustus 1995
Nomor Induk Mahasiswa : 13720004
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2015/2016 (Angkatan ke-89), di :

Lokasi : Hargorejo
Kecamatan : Kokap
Kabupaten/Kota : Kab. Kulonprogo
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 20 Juni s.d. 31 Juli 2016 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 95,21 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 15 September 2016

Ketua,

Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.

NIP. : 19720912 200112 1 002



Nomor: UIN.02/R.1/PP.00.9/2752.a/2013

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : HANAFI ROCHMAN
NIM : 13720004
Jurusan/Prodi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2013/2014


Tanggal 27 s.d. 29 Agustus 2013 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 2 September 2013

a.n. Rektor

Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan




Dr. Sekar Ayu Aryani, M.Ag.
NIP. 19591218 197803 2 001

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571

SERTIFIKAT

No. B-3404/Un.02/DSH.3/PP.00.09/8/2017

Diberikan Kepada:

HAWATI ROCHMAN

NIM : 13720004

Program Studi Sosiologi

Telah Lulus, Ujian Sertifikasi Membaca Al Qur'an
dengan Predikat :
Baik (B)

4 Agustus 2017

a.n.Dekan

Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan


Sulistyantingsih

UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Hanafi Rochman
 NIM : 13720004
 Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
 Jurusan/Prodi : Sosiologi
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	85	B
2.	Microsoft Excel	75	B
3.	Microsoft Power Point	85	B
4.	Internet	100	A
5.	Total Nilai	86.25	A
Predikat Kelulusan		Sangat Memuaskan	

Yogyakarta, 9 Maret 2017

Kepala PTIPD



Dr. Shofwatul Uyun, S.T., M.Kom.
 NIP. 19820511 200604 2 002

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.72.18.34/2017

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Hanafi Rochman**
Date of Birth : **August 04, 1995**
Sex : **Male**

took Test of English Competence (TOEC) held on **April 26, 2017** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	44
Structure & Written Expression	44
Reading Comprehension	42
Total Score	433

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, April 26, 2017

Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



شهادة

اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.72.21.12/2017

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Hanafi Rochman :

تاريخ الميلاد : ٤ أغسطس ١٩٩٥

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٣ يونيو ٢٠١٧, وحصل على
درجة :

٤٦	فهم المسموع
٥٥	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢١	فهم المقروء
٤٠٧	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا, ١٣ يونيو ٢٠١٧

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥